

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN MINAT BELI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE
(Studi Kasus Pada Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang)**

MILAN APLONIA BESSI

20410055

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi

Guna Memenuhi Sebagian Dari

Persyaratan – Persyaratan Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Manajemen



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA
KUPANG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN MINAT BELI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE
(Studi Kasus Pada Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang)

MILAN APLONIA BESSI

20410055



Menyetujui

Pembimbing I

Alva Elita Sjoen, SE.,MM
NIDN: 0831018301

Pembimbing II

Drs. Robert A. Serang, M.Si
NIDN: 0809096601

SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN MINAT BELI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE
(Studi Kasus Pada Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

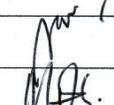
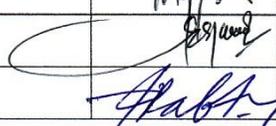
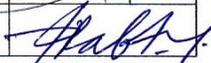
**MILAN APLONIA BESSI
20410055**



Telah dipertahankan didepan dewan penguji

Pada Tanggal :28 Juni 2024

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji Utama	Maromi M. Mbate, SE., M.Sc	
Penguji Anggota	Melvin K. Djami Rame, SE.,MM	
Penguji Anggota	Alya Elita Sjoen, SE.,MM	
Penguji Anggota	Drs.Robert A. Serang, M.Si	

**SKRIPSI INI TELAH DITERIMA SEBAGAI SALAH SATU PERSYARATAN
UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN**


Dekan Fakultas Ekonomi
Hermyn B. Hina, SE., M.Si
NIDN : 0825056801

Ketua Program Studi

Alya Elita Sjoen, SE., MM
NIDN : 0831018301



UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA KUPANG
FAKULTAS EKONOMI
Jln. Adisucipto Oesapa – Kupang

SURAT PERNYATAAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Milan Aplonia Bessi
NIM : 20410055
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul “Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian di Shoppe (Studi Kasus Pada Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa lima Kota Kupang)” yang diusulkan dalam skema penelitian Skripsi untuk tahun akademik 2023/2024 bersifat Original dan belum pernah diteliti oleh peneliti lain/peneliti sebelumnya.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Mengetahui
Dekan,

Hermina B. Hina, SE., M.Si
NIDN. 0825056801

Kupang, 24 Juli 2024
Mengetahui
Mahasiswa

Milan Aplonia Bessi
NIM. 20410055





UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA KUPANG
FAKULTAS EKONOMI
Jln. Adisucipto Telp (0380) 881313 Oesapa Kupang

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin Tanggal 28 Juni 2024 telah dilaksanakan Ujian Skripsi tingkat Sarjana (S1) atas nama:

Nama : Milan Aplonia Bessi
TTL : Batubao,30-12-1999
NIM : 20410055
Jurusan/Progdi : Manajemen
Judul : Pengaruh Iklan,Citra Merek Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Di Shoppe (studi kasus pada kelurahan oesapa kecamatan kelapa lima kota Kupang)
Pembimbing I : Alya E. Sjoen, SE.,MM
Pembimbing II : Drs.Robert A.Serang,M.Si
Dengan hasil sebagai berikut:

Nama Penguji	Status Penguji	Nilai Awal	Bobot	Nilai Akhir
Maromi M.Mbate,SE.,MM	Utama	70	X 40%	28
Melvin K.Djami Rame,SE.,MM	Anggota	70	X 20%	28
Alya E. Sjoen, SE.,MM	Anggota	75	X 20%	28
Drs.Robert A.Serang,M.Si	Anggota	75	X 20%	28
Total Nilai yang diperoleh: 72				
Nilai Aksara: B (Sangat Baik)				

Kupang, 28 Juni 2024
Dekan Fakultas Ekonomi UKAW

Hermyn B. Hina, SE.,M.Si
NIDN. 0825056801

MOTTO

**Sebab itu janganlah kamu kuatir akan hari besok, karena hari
besok mempunyai kesusahannya sendiri. Kesusahan sehari cukuplah
untuk sehari.
(Matius 6:34)**

PERSEMBAHAN

Puji syukur, hormat dan kemuliaan bagi tuhan yang maha Esa yang atas kebaikan dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Tuhan Yesus yang selalu menolong dan menuntun saya dalam setiap proses selama mengerjakan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kedua Orang Tua tercinta Bapak Obaja Bessi dan Mama Farida Rodiana Bessi Pah tercinta yang selalu menyertai penulis dengan doa, semangat, kasih sayang dan kerja keras untuk mendukung perjalanan pendidikan penulis.
3. Kakak Dorthya, kakak Lory, adik Caca yang selalu menyertai perjalanan pendidikan penulis dengan doa, semangat, kasih sayang dan perhatian.
4. Bapak Dr. Frits Oscar Fanggidae, M.Si selaku dosen penasehat akademik yang selalu menasehati penulis selama dibangku pendidikan.
5. Ibu Alya Elita Sjioen, SE.,MM selaku pembimbing I, yang berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan dalam skripsi ini
6. Pak Drs.Robert A. Serang,M.Si selaku pembimbing II yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun penulisan skripsi dan memberikan banyak ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.

7. Saudara dan saudari tercinta saya yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam menulis skripsi.
8. Almamater yang saya banggakan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang yang tercinta.
9. Teman-teman seperjuangan, Novkrel Susang, Marisa Nahak, Triana Jesua, Lya Seran yang selalu membantu penulis dengan caranya masing-masing, kiranya budi baik yang telah diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini mendapatkan berkat oleh Tuhan Yang Maha Esa.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Iklan,Citra Merek Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang)”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan atas dukungan Bapak/Ibu dosen dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Maka pada kesempatan ini pula, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof.Dr. Ir. Godlif Frederik Neonufa, MT selaku Rektor Universitas Kristen Artha Wacana Kupang selaku pimpinan tertinggi di Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.
2. Ibu Hermyn B. Hina, SE.,MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Ibu Dr. Damaris Y. Koli, SE.,MP selaku wakil dekan fakultas ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.
4. Ibu Alya E. Sjoen,SE.,MM selaku ketua program studi manajemen. Dan sekaligus sebagai pembimbing 1 yang dengan kerelaan dengan ketulusan membimbing penulis.

5. Bapak Drs.Robert A. Serang,M.Si selaku pembimbing II yang dengan kerelaan dan ketulusan membimbing penulis.
6. Ibu Maromi M. Mbate,SE.,M.Sc selaku penguji utama dan Ibu Melvin K. Djami Rane, SE.,MM selaku penguji ke II.
7. Seluruh Staf Dosen Fe-UKAW Kupang yang telah mengajar dan mendidik penulis selama dibangku pendidikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis membuka diri terhadap segala kritik dan saran yang kondusif. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih teriring salam dan doa yang tulus.

Kupang, Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3 Persoalan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Iklan.....	9
2.2 Citra Merek	11
2.3 Minat Beli.....	14
2.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.5 Konsep Penelitian.....	20
2.6 Konsep, Indikator Empirik, dan Skala Pengukuran	21
2.7 Hipotesis dan Kerangka Dasar Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	25

3.1 Populasi dan Sampel	25
3.2 Teknik Pengumpulan Data	26
3.3 Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV BAHASAN DAN HASIL ANALISIS	30
4.1 Gambara Penelitian	30
4.2 Deskripsi Penelitian	34
4.3 Hasil Analisis Pendahuluan	36
4.4 Hasil Analisis Lanjutan	42
4.5 Bahasan Hasil Analisis.....	48
BAB V PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Impikasi Teoritis	50
5.3 Implikasi Terapan.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Dasar Pemikiran.....	23
Gambar 2. Logo Shopee.....	32
Gambar 3. Tampilan Beranda Shopee	32

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Nilai Transaksi Shopee Tahun 2020-2023	4
Tabel 2.1 Konsep, Indikator Empirik, dan Skala Pengukuran	21
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Iklan	36
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	38
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat Beli	39
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 4.8 Hasil Analisis Linier Berganda	43
Tabel 4.9 Hasil Uji F	47
Tabel 10 Koefisien Determinasi (R^2).....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Hasil Responden	55
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	56
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS (<i>Statistic Package for the Socia Sciences</i>)	68
Lampiran 4 Kuisisioner	69
Lampiran 5 Surat Ijin Penelitian	75
Lampiran 6 Surat Keterangan Selesai Penelitian	76
Lampiran 7 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	77

ABSTRAK

Shopee adalah platform perdagangan elektronik. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan berbelanja tenaga yang banyak untuk mendapatkan sebuah produk yang diinginkan oleh penggunanya ataupun bertransaksi secara online dengan praktis tanpa harus mengeluarkan tenaga yang banyak untuk mendapatkan sebuah produk yang diinginkan oleh penggunanya. iklan adalah menciptakan kesadaran merek, preferensi, dan pemilihan produk atau layanan di benak konsumen. citra merek merupakan salah satu bentuk persepsi atau anggapan seseorang terhadap sebuah merek produk atau barang yang diperkenalkan kepada kebanyakan orang, baik secara positif maupun negatif, sehingga citra merek sangat mempengaruhi kelayakan merek tersebut bagi setiap orang. Hal ini akan mendorong bagi penjual atau pengusaha tertentu untuk tetap menjaga kebaikan dari merek yang diperjualbelikan, sehingga konsumen merasa puas terhadap produk tersebut. Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Keputusan pembelian adalah, sebuah tindakan, pemikiran, dan penilaian yang dimiliki seseorang konsumen atau pelanggan tersebut akan melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk atau menetapkan pilihannya terhadap apa yang akan dibeli.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan, citra merek, dan minat beli terhadap keputusan pembelian di Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat desa Bolok Kecamatan Kupang Barat Kabupaten Kupang yang berbelanja di Shopee dengan jumlah sampel adaah 96 responden yang termasuk dalam kriteria responden. Teknik pengambilan sampel adalah sampling accidental. Adapun teknik analisis menggunakan regresi inier berganda dengan alat uji SPSS (*Statistic Package for the Socia Sciences*) versi 26.

Kesimpulan penelitian ini 1) iklan berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian di Shopee dengan koefisien regresi regresi 0,573 atau 57,3%. Hasil ini menjelaskan semakin tinggi iklan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian. 2) Citra merek berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi 0,301 atau 30,1%. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi citra merek suatu produk, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian. 3) Minat beli berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi regresi 0,247 atau 24,7%, Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi minat beli konsumen, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian

Bagi pihak Shopee diharapkan bisa meningkatkan kualitas produk. Dengan begitu minat beli konsumen pula semakin meningkat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya, agar melakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lainnya yang tidak dapat diteliti oleh penulis.

Keterangan: Iklan, Citra Merek, Minat Beli, Keputusan Pembelia